

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DAN CITRA MEREK DENGAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA
MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA DI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**IVELA ABSHARI
8135108171**



**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pendidikan**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATANIAGA
JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2015**

***THE CORRELATION BETWEEN PRICE AND BRAND IMAGE WITH
PURCHASE DECISION HONDA OF COMMERCE EDUCATION
STUDENTS PROGRAM AT STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

**IVELA ABSHARI
8135108171**



*Skripsi is Written Part Of Bachelor Degree in Education Accomplishment at the Faculty of
Economics, State University of Jakarta*

***STUDY PROGRAM COMMERCE EDUCATION
DEPARTEMEN ECONOMIC AND ADMINISTRATION
FACULTY OF ECONOMIC
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2015***

ABSTRAK

IVELA ABSHARI, Hubungan Antara Harga dan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Skripsi, Jakarta. Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Januari 2015.

Penelitian ini bertujuan untuk untuk mendapatkan pengetahuan yang tepat (sahih, benar, valid) dan dapat dipercaya (dapat diandalkan, reliable) tentang hubungan antara harga dan citra merek dengan keputusan pembelian motor Honda pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilaksanakan di Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang beralamat di Jalan Rawamangun Muka di Jakarta selama 4 bulan terhitung sejak Februari 2015 sampai dengan Juni 2015.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Populasi terjangkau adalah mahasiswa Pendidikan Tata Niaga angkatan 2011 - 2013 Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta yang berjumlah 55 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive sampling* sebanyak 48 orang.

Berdasarkan nilai koefisien determinasi (*adjusted R square*) sebesar 0,517 atau 51,7% yang artinya variabel bebas dalam penelitian ini secara bersama – sama mampu mempengaruhi perubahan keputusan pembelian sebesar 51,7%. Berdasarkan tabel Coefficients, nilai t_{hitung} Harga (X_1) sebesar (4.243) > t_{tabel} (2,021) dan Sig (0,000) < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial hipotesis H_1 diterima dan menolak H_{01} . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian. Berdasarkan tabel Coefficients, nilai t_{hitung} Citra Merek (X_2) sebesar (3.349) > t_{tabel} (2,021) dan Sig (0,002) < 0,05 sehingga keputusan yang dapat diambil adalah menerima H_2 dan menolak H_{02} . Dengan kata lain terdapat hubungan yang signifikan antara citra merek dengan keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji ANOVA atau Uji F, F_{hitung} (24.036) > F_{tabel} (3,20) artinya H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan harga dan citra merek secara bersama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sehingga dapat dikatakan bahwa harga dan citra merek memiliki hubungan signifikan dengan keputusan pembelian.

Kata kunci : Harga,Citra Merek,Keputusan Pembelian

ABSTRACT

IVELA ABSHARI, *the correlation between price and brand image with purchase decision honda of commerce education students program at state university of jakarta, in January 2015.*

This research was conducted at the State University of Jakarta in Student Education Program trading system, during the four months from March 2015 until June 2015.

The purpose of this research is to gain the proper knowledge (valid, true, valid) and trustworthy (reliable, reliable) on the relationship between price and brand image with purchasing decisions Honda on students of the Faculty of Economics, State University of Jakarta.

The method used is survey method with the correlational approach. The population in this study were all students of the Department of Economics and Administration Faculty of Economics, State University of Jakarta. Population inaccessibility is a in this research is the period 2011-2013 Student totaling 55 people. The sampling technique used was purposive sampling as many as 48 students.

Based on the value of the coefficient of determination (adjusted R-square) of 0.517 or 51.7%, which means that the independent variable in this study together - equally capable of effecting change in purchasing decisions by 51.7%. Based on Coefficients table, the of t_{value} Price (X1) of (4243) > t_{table} (2,021) and Sig (0,000) < 0.05 so it can be concluded that partial hypothesis H1 is accepted and refused Ho1. This shows that there is a significant correlation between the price of the purchase decision. Based on Coefficients table, t_{value} brand image (X2) of (3349) > t_{table} (2,021) and Sig (0.002) < 0.05 so that decisions can be taken is to accept and reject Ho2 H2. In other words, there is a significant relationship between brand image with purchasing decisions. Based on test results or test ANOVA F, F_{value} (24 036) > F_{table} (3.20) means that Ho is rejected so that it can be concluded price and brand image together influence the purchase decision. So it can be said that the price and brand image have a significant relationship with the purchasing decision.

Keywords: *Price, Brand Image, Purchase Decision*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

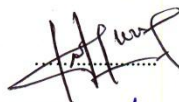
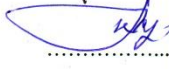

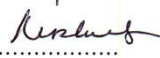

Dekan Fakultas Ekonomi



(Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus)

NIP 196712071992031001

TIM PENGUJI

	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1. Ketua Penguji	<u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M. Si</u> NIP. 196610302000121001	
2. Sekretaris	<u>Dra. Dientje Griandini</u> NIP. 195507221982102001		29/7/2015
3. Penguji Ahli	<u>Dra. Rochayati</u> 195404031985032002	
4. Dosen Pembimbing I	<u>Dra. Nurahma Hajat, M. Si</u> NIP. 195310021985032001	
5. Dosen Pembimbing II	<u>Dr. Corry Yohana, M.M</u> NIP. 195909181985032011	

Lulus ujian skripsi tanggal: 02 Juli 2015

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 5 Juni 2015
Yang membuat pernyataan

Ivela Abshari
No Reg. 8135108171

LEMBAR MOTTO

Alhamdulillah...

Terucap syukur kepada-Mu Ya Allah,

Atas setiap rahmat dan karuniaNya,

Kupersembahkan skripsi ini untuk Mamaku tersayang,

*Kakakku (Chania) dan adik- adikku (nindi dan reksi), dosen ,
sahabat serta teman seperjuangan TN nonreg 2010 yang tiada
hentinya memberikan motivasi dan doa, yang mendukung penyelesaian
skripsi ini...*

*Terima kasih atas semua semangat, perhatian, serta cintan yang telah
kalian berikan...*

Semoga kita diberikan perlindunganNYA, Sukses.....!!!

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat-Nya peneliti diberi kemudahan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul Hubungan Antara Harga dan Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Jakarta dapat terselesaikan dengan baik.

Semua yang telah dicapai tidak terlepas dari dukungan serta bantuan dari beberapa pihak, diantaranya dosen, kerabat dan keluarga. Dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra.Nurahmah hajat,M.SI. Selaku dosen pembimbing I yang berperan memberikan arahan dengan kebaikan dan kesabaran selama membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini.
2. Dr,Corry yohana,MM Selaku dosen pembimbing II yang sudah meluangkan waktunya memberikan bimbingan dan dukungan dalam penyusunan penulisan skripsi.
3. Dra. Tjutju Fatimah, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Pendidikan TataNiaga yang juga sangat membantu dalam penulisan skripsi ini.
4. Drs. Nurdin Hidayat, MM,M.Si, selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakara
5. Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, khususnya dosen-dosen Pendidikan Tata Niaga.

7. Kepada seluruh mahasiswa Pendidikan Tata Niaga dari angkatan 2011-2014 yang telah menyediakan waktu dan kesempatan untuk menjadi subjek penelitian.
8. Kepada mama terhebat yang selalu memberikan doa, dukungan dan motivasinya, kakak tersayang dan Adik-adik Tercinta yang telah menemani dan membantu proses penyusunan skripsi ini.
9. Panji Primandoko. Sebagai kekasih, tempat keluh kesah disaat menurunnya semangat untuk menyelesaikan skripsi ini dan telah menemani serta membantu proses penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman Pendidikan Tata Niaga Reguler dan Non Reguler 2010 khususnya kepada sahabat terbaik seperjuangan trio kwek-kwek, Mifta Purnama dan Lucy Hotria yang selalu menemani dalam suka dan duka. Yang selalu setia dari semester awal sampe penghujung semester akhir dan selalu memberikan semangat dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, hal ini diakibatkan karena keterbatasan kemampuan penulis. Sehubungan dengan itu, penulis sangat mengharapkan kritik membangun, saran, dan masukan dari pembaca sekalian

Jakarta, 5 juni 2015

IVELA ABSHARI